**СПЕЦИФИКАЦИЯ ТЕСТА**

**по дисциплине «Теория и практика PR»**

**комплексного тестирования в магистратуру**

(вступает в силу с 2024 года)

**1. Цель составления:** Тест составлен для вступительного экзамена в магистратуру организаций послевузовского образования Республики Казахстан.

**2. Задача**: определение уровня знаний претендента по следующим специальностям:

|  |  |
| --- | --- |
| **Шифр** | **Наименование группы образовательных программ** |
| М068 | «Связь с общественностью» |

**3. Содержание и план тестирования**: Включеныучебные материалыпо дисциплине «Теория и практика PR»на основе типовых учебных программ по следующим разделам:

Задания представлены на языке обучения (русский).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Содержание темы** | **Количество****заданий** | **Уровень****трудности** |
| 1 | Этапы развития связей с общественностью. История развития связей с общественностью в мире и в Казахстане | 3 | А,А,В |
| 2 | Устные и письменные PR-коммуникации | 3 | А,А,В |
| 3 | Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью | 3 | В,В,В |
| 4 | Планирование и реализация PR-мероприятий | 2 | А,С |
| 5 | Общественность и общественное мнение. | 3 | В,В,В |
| 6 | Исследования в связях с общественностью | 2 | С,С |
| 7 | Цифровой PR | 2 | С,С |
| 8 | Брендинг в системе корпоративных коммуникаций | 3 | А,А,С |
| 9 | Виды PR. | 2 | С,С |
| 10 | PR-технологии | 3 | А,В,В |
| 11 | Антикризисный PR | 3 | А,В,В |
| 12 | Управление коммуникационными процессами в организациях | 1 | С |
| **Количество заданий в одном варианте теста** | **30** |

**4. Описание содержания задания:** В содержании тестовых заданий разносторонне рассматриваются происхождение и развитие паблик рилейшнз, организация и проведение PR-кампаний, устные и письменные PR-коммуникации, организация и ее коммуникативное поведение, целевые аудитории, виды и функции PR, профилактика кризиса, проведение информационного аудита, экономика связей с общественностью и др., приведены основные принципы взаимодействия с общественностью, сущность паблик рилейшнз как исключительного вида информационно-коммуникационных услуг, его отличие от журналистики, рекламы, пропаганды, история и предпосылки действия паблик рилейшнз, основные профессиональные обязанности специалистов по связям с общественностью, цифровой PR.

**5. Среднее время выполнения заданий:**

Время выполнения одного задания – 2 минуты
Общее время выполнения теста – 60 минут

**6. Количество заданий в одном варианте тестирования:**

В одном варианте тестирования – 30 заданий.

Распределение тестовых заданий по степени трудности:

* легкие (A) – 9 заданий (30%);
* средние (В) – 12 заданий (40%);
* сложные (C) – 9 заданий (30%).

**7. Форма задания:**

Тестовые задания предоставляются в закрытой форме. Из пяти предложенных вариантов ответов нужно выбрать один ответ.

**8. Оценка выполнения задания:**

При выборе правильного ответа претенденту присуждается 1 (один) балл, в остальных случаях – 0 (ноль) баллов.

**9. Список рекомендуемой литературы:**

1. Горохов В.М., Гринберг Т.Э. и др. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии. - М., 2018.

2. Вылегжанин Д.А. Теория и практика связей с общественностью. - М., 2019.

3. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. - М., 2023.

4. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. - СПб., 2018.

5. Чумиков А.Н., Горошко Е.И., Корнев М.С. PR, журналистика в интернете: теория и практика. - М., 2019.